



Title	インターネットがもつ地域メディアとしての可能性 : <コミュニティの二重性>と地域性からの考察
Author(s)	内田, 啓太郎
Citation	北海道教育大学紀要. 人文科学・社会科学編, 56(2): 1-11
Issue Date	2006-02
URL	<a href="http://s-ir.sap.hokkyodai.ac.jp/dspace/handle/123456789/818">http://s-ir.sap.hokkyodai.ac.jp/dspace/handle/123456789/818</a>
Rights	

# インターネットがもつ地域メディアとしての可能性

— 〈コミュニティの二重性〉と地域性からの考察—

内 田 啓太郎

北海道教育大学函館校社会学研究室

## The Possibility of The Internet as Community Media

Consideration of "Duality of Community" and Locality

UCHIDA Keitaro

Department of Sociology, Hakodate Campus, Hokkaido University of Education

### 概 要

本稿では近年の地域情報化事業において地域メディアとして採用されているインターネットについて、その可能性を地域コミュニティとの関係で考察した。考察においてはまず地域メディアをCATVなどの「非CMCメディア」とインターネットの「CMCメディア」に分類し、とくにCMCメディアがカバレッジする範囲が地域コミュニティであるにもかかわらず、地域コミュニティとは別に仮想的なコミュニティを構築することを指摘している。つづいてこの仮想的なコミュニティが地域コミュニティの上層に位置する二層構造を〈コミュニティの二重性〉として捉えている。

この〈コミュニティの二重性〉という要因により仮想的なコミュニティと地域コミュニティが乖離するおそれがあるが、仮想的なコミュニティに地域性概念を再導入することで、それを回避することができる。この可能性について仮説提示し、その検証に必要な研究方法を今後の課題として述べた。

### 1 はじめに

#### 1.1 本稿の目的

地域情報化事業においてどのメディアを「地域メディア」として採用するか。これは地域コミュニティの活性化を主目標とする地域情報化事業にとって地域コミュニティでのICT（Information and Communication Technology）としてどのよ

うなテクノロジーを地域メディアに採用するのかわという問題である。これまで地域情報化事業においてCATVやコミュニティFMといったメディアが地域メディアとして採用されており、実績を残している。これは事業の策定ないし実施時期において最適とおもわれるICTとしてこれらのメディアが利用されたと考えることができる。

一方、近年の地域情報化事業においてインター

ネットを地域メディアとして採用する事例が増えている。その背景には社会全体のIT化、つまりインターネットの普及がある。ではインターネットという地域メディアにより地域活性化は可能であるのか。具体的には地域情報化事業の目標とされる地域コミュニティ活性化の可能性について議論を深め仮説を提示するのが本稿の目的である。

## 1.2 問題の所在

まず本稿における問題の所在を整理しておきたい。

インターネットを地域メディアとして採用する場合、これまでのCATVやコミュニティFMといった地域メディアに対して情報流通の視点から比較すると、あらゆる形式の情報をデジタル化して流通させることが可能であり、かつそれらの情報を蓄積可能でもあるところから他の地域メディアより優位な位置にあるといえる。またコミュニケーションの視点から比較しても双方向のコミュニケーションを低コストかつ技術的に容易に可能とするところからも同じくインターネットは優位な位置にある。

しかしながらインターネットと他の地域メディアの両者において大きく異なるのはメディアがカバレッジする範囲である。CATVやコミュニティFMには県域や市町村域という地理的な範囲をひとつ(または複数)カバレッジしているが、インターネットではカバレッジする範囲は基本的に固定されていない。インターネットがカバレッジする範囲は不定形なのである。この差異はそれぞれの地域メディアにより活性化の対象となるコミュニティの差異として現れる。

ここであえて「地域コミュニティ」ではなく「コミュニティ」としているのはインターネットのもつメディアの特性上、地域コミュニティをカバレッジしてもそれとは別にコミュニティが形成される可能性を否定できないからである。つまりインターネットを地域メディアとして採用した結果、活性化されたコミュニティが地域コミュニティとは別のコミュニティである可能性が存在す

る。地域情報化論においてこの可能性についてこれまで十分に議論しているとはおもわれない。ここに本稿における問題が所在している。

## 1.3 本稿の構成

まず2章では、地域情報化論においてインターネットを地域メディアとして採用する場合、「コミュニティ」をどのように捉えているのかを先行研究をもとに考察する。ひきつづき3章では地域情報化事業において採用する地域メディアの差異がカバレッジしようとするコミュニティの差異として現れることを示す。さらに4章では2章で考察した先行研究に対してCMC(Computer-Mediated Communication)研究の成果を配置、融合することを試みる。最後に5章では全体のまとめとして4章における試みを通じて仮説を提示し、今後の研究の方向性を示したい。

## 2 地域メディアとしてのインターネット

### 2.1 地域メディアとしてインターネットを捉えることの困難

地域情報化論全体としても、またより狭い領域である地域メディア論としてもインターネットを地域メディアの視点から捉えた研究は少ないようにおもわれる。その原因として、(a)インターネットより先行してCATVやコミュニティFMが地域メディアとして採用されており、また(b)インターネットの普及が特定の地域のみならず社会全体を覆う形で進んできたという経緯もあり、さらに(c)インターネットのもつメディア特性がこれまでの地域情報化論(ないし地域メディア論)になじまない、ことが挙げられる。

(a)について、CATVやコミュニティFMといった、カバレッジする範囲が固定化されている地域メディアは研究対象として捉えやすい。つまり地域メディアとしてのCATVやコミュニティFMを研究対象とし、特定の自治体における情報流通の促進および情報発信能力の拡大を通じ「コミュニティ・コミュニケーション」(船津 1999:

25) の展開を捉えようとする。地域メディアとしてCATVやコミュニティFM以外の地域紙、タウン誌、フリーペーパーといったメディアが採用されている場合であっても研究の方向性は変わらない。しかしインターネットはメディアとしても新しいメディアであり日本社会において普及し始めたのは1990年代中頃からである。現在では地域情報化事業においてインターネットは欠かせないメディアであるが地域情報化論や地域メディア論としての研究史は短いといえる。

つぎに(b)について、日本におけるインターネットの普及がCATVやコミュニティFMとは異なり、特定の地域においてのみ普及したとはいえない。社会全体において普及したのであり、より正確に述べるなら大都市圏を手始めとして段階的に地方へ普及の裾野が拡大していったということになる。特定の地域（自治体）における情報化を研究対象とする地域情報化論ないし地域メディア論にとって、本来情報環境としては豊かである大都市圏におけるインターネットの普及を研究対象とすることはあまり想定されていなかったのではないか<sup>1)</sup>。

最後に(c)について、インターネットのもつメディア特性の中で地域情報化論や地域メディア論との関連で挙げるべきはインターネットがカバレッジする範囲が不定形であることだ。この特性が地域情報化論や地域メディア論の枠組でインターネットを捉えることを困難にしている。しかしながら最近の研究成果にはこの困難をふまえつつ議論し、今後への方向性を見いだしているものもある。次節ではそれらの研究成果に言及しつつ、地域メディアとしてのインターネットを通じて「コミュニティ」をどのように捉えているのかを示したい。

## 2.2 地域メディアとしてのインターネットと「コミュニティ」

インターネットをコンピュータとネットワークの二つのメディアの組み合わせ、つまり電子ネットワーク・メディアだとすると、インターネット

が普及する「前史」としてパソコン通信が電子ネットワーク・メディアとしてある程度普及していたといえるだろう。ただし当時はこのメディアを研究対象としていたのは主にCMC研究であり地域情報化論や地域メディア論において研究対象となることは少なかったとおもえる<sup>2)</sup>。

その後1990年代後半からインターネットが社会へ普及しはじめると、地域情報化論や地域メディア論において地域メディアとしてインターネットを捉えようとする研究が見られるようになる。本章ではその中から2つの研究成果をもとに地域メディアとしてのインターネットとコミュニティの関係について考察する。

野崎賢也は高知県の中山間地域における地域情報化の試みをもとに、地域メディアとしてのインターネットの可能性について考察している。野崎は自身が携わったこの試みが「インターネットのような新しい電子的メディアと〈地域社会〉のあいだに柔軟な関係＝ネットワークを構築していく可能性」（野崎 1996: 159）であることを示唆している。これはインターネットによる新しいコミュニティの構築を肯定的に〈仮想社会〉として捉えつつも、この新しいコミュニティはあくまで現実の〈地域社会〉との関係を維持していると理解できる。

この関係の本質は、野崎の同じ論文にて述べられているように「**「**電脳空間は全く新しい『仮想共同体（ヴァーチャル・コミュニティ）』＝〈仮想社会〉を創り上げるものでもあるが、同時に既存の〈地域社会〉との相互浸透によって〈地域社会〉自体を拡張させもする」（野崎 1996: 159）」であり、地域メディアとしてのインターネットとコミュニティの関係がどうあるべきなのかがわかる。このことについて詳しく考察する前にもう1つの研究成果として寺岡伸悟の論文を提示しておきたい。

寺岡は地域メディアとしてのインターネットの利用を「**地域インターネット**」（寺岡 2003: 90）と呼んでおり<sup>3)</sup>、地域インターネットに対して3つの視点を提示している。それは(a)地域イン

ターネットが「WEB上にどのような『地域』を構築し、それを呈示しようとするか」(寺岡 2003: 90), (b)「WEB上に作られた『地域』イメージを見ることによって、その地域の人々自身が自らのアイデンティティに影響を受ける再帰的な過程」(寺岡 2003: 90-1)がどのようなものであるか、(c)「地域社会において新しい次元のコミュニケーションの世界が開かれた場合、それに関わる人たちのあり方」(寺岡 2003: 91)における変化の有無について、である。

それでは地域メディアとしてのインターネットがコミュニティとどのような関係をもつべきなのか具体的に考察したい。野崎と寺岡の論文に共通しているのは、インターネットにより構築されるコミュニティは地域社会と断絶することなく何らかの関係を持つものであるということだ。これは野崎の論文においてはインターネットによる「仮想共同体」構築の可能性を認めつつも既存の地域社会との関係維持を前提に地域社会そのものの拡大を提示している。一方の寺岡の論文では、最初から地域性をもつ情報流通をもとに地域アイデンティティの再構築を目指す過程としてインターネットにより構築されるコミュニティと地域社会の関係性を提示している<sup>4)</sup>。つまり地域メディアとしてのインターネットは電子ネットワーク上にコミュニティを構築するが、このコミュニティは既存の地域コミュニティに対して何らかの影響を与えるものであり、その意味で両者は関係をもち、断絶していない。

ここで考察を一度まとめておきたい。地域メディアとしてのインターネットを研究対象にする際、それが複雑になりかねないのは何故か。その要因として地域メディアがカバレッジしようとする範囲つまりコミュニティが結果的に二重性を持ってしまうことを〈コミュニティの二重性〉として挙げておきたい。インターネットを地域メディアとして採用し、既存の地域コミュニティでの情報流通とコミュニケーションの活性化を図ろうとしても、インターネットがそのメディア特性からみて仮想的なコミュニティを構築するメデ

ィアであるため、結果的に地域コミュニティに層を成す形で新しいコミュニティを構築するのである。これはCATVやコミュニティFMといった他の地域メディアとは大きく異なる点である。

今回取りあげた2つの論文はいずれも地域情報化事業の事例研究であり、かつ地域メディアとしてのインターネットを対象とした事例研究と捉えることもできる。このような事例研究は今後も研究の進展を期待できるだろう。しかしこれらの事例研究に対して理論的な枠組を提供することは必要であり、またその枠組も事例研究の成果により精緻化されることを期待できるはずである。次章では先ほど提示した〈コミュニティの二重性〉をより深く理解するために理論的な枠組を構築する作業を行う。

### 3 地域メディア論における2つのレイヤー

#### 3.1 地域メディアの諸類型

竹内郁郎は地域メディアを、「地域」と「メディア」の2つの軸をもとに類型化して整理している。この類型化にあたっては地域を「一定のひろがりをもった地理的空間を占める社会的単位と、むしろ成員のあいだの共通性や共同性を指標とする社会的単位」(竹内 1989: 6)に区別し、それを「地域」の類型としている。一方で「メディア」の類型は、メディアを「メッセージの伝達媒体としてのコミュニケーション・メディアと、各種のコミュニケーション現象が生起する場としてのスペース・メディア」(竹内 1989: 6-7)として区別することで類型化している(表1)。

本稿ではこの諸類型を援用し「レイヤー」という概念で地域メディアを再整理したい。これは「メディア」のレイヤーを下層として上層に「コミュニティ」のレイヤーを配置するものである。このように配置した理由は前章で提示した〈コミュニティの二重性〉を理解するため、まずどのようなメディアを地域メディアとして採用すると〈コミュニティの二重性〉が生起するのかを捉える必要があるからである。

表1 「地域メディア」の諸類型

		「メディア」の類型	
		コミュニケーション・メディア	スペース・メディア
「地域」 の類型	地理的範囲をと もなった社会的単位	自治体広報 地域ミニコミ紙 タウン誌 地域キャブテン CATV 県紙 県域放送	公民館 図書館 公会堂 公園 ひろば
	機能的共通性にも とづく社会的単位	サークル誌 ボランティアグループ会報 各種運動体機関紙 パソコン・ネットワーク	クラブ施設 同窓会館 研修所

出典：竹内（1989）

具体的に以下のように整理する。「メディア」のレイヤーはコミュニケーション・メディアとスペース・メディアの区別をせず、単純にメディアの種類によって区別しておく。ここではあえて竹内の諸類型に見られるようなメディアの区別を行わないが、その理由はインターネットを地域メディアとして捉える場合、コミュニケーション・メディアにもスペース・メディアにも区別することができ、いずれかの類型のみにあてはまるといことがないからである。つまりインターネットはコミュニケーション・メディアでもありスペース・メディアでもあるのだ。このことを竹内の類型にそくしていえば、インターネットは「メッセージの伝達媒体」でもあり、そのメッセージの伝達行為すなわちコミュニケーションが生起する「場」でもあり、その意味で地域メディアとしてのイン

ターネットを議論の対象においている本稿では単純にメディアの種類による区別しか行わないこととする。

また「コミュニティ」のレイヤーでも同様に社会的単位の指標による区別を行わず、それぞれのメディアがカバレッジするコミュニティの種類による区別にとどめておく。この理由としては、竹内の類型における「地域」はあらかじめ存在するもの、「所与のもの」であるという視点にたつて類型化されているようにおもわれるからである。しかし本稿ではのちに詳しく述べるように、地域メディアとしてのインターネットがカバレッジする範囲は「構築された」コミュニティなのであって、その意味で竹内の「地域」類型をそのまま用いることは本稿の主旨に適さないとおもわれる（表2）。

表2 地域メディアと「レイヤー」

		地域メディア	
		非 CMC メディア	CMC メディア
「コミュニティ」のレイヤー		地域コミュニティ	仮想的なコミュニティ <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">                     &lt;コミュニティの二重性&gt;                 </div> 地域コミュニティ
「メディア」 のレイヤー	範 域	限定・固定化=地理的な範囲	限定されず不定形
	コミュニ ケーション	一方向・非パーソナル	双方向・パーソナル



### 3.2 「メディア」のレイヤー

「メディア」のレイヤーを考える際に、CATV やコミュニティ FM といったメディアとインターネットのような電子ネットワーク・メディアに大きく分けて考えたい。ここでは考察をわかりやすくするため前者を「非 CMC メディア」、後者を「CMC メディア」と呼ぶことにする。さらにこの2つのメディアをメディアがカバレッジする「範囲」とメディアを通じて可能になる「コミュニケーション」の視点から考察する。

範囲の視点からいえば、すでに述べてきたように非 CMC メディアは範囲が限定され固定化されている。それらの範囲は県域・市町村域といった地理的な範囲として捉えることができる。CMC メディアについては範囲が限定されず不定形である。もちろん県域・市町村域といった地理的な範囲をカバレッジすることは可能であるし、地域メディアとして CMC メディアを採用する場合は当初から特定の地理的な範囲をカバレッジすることを想定しているとおもわれる。

つぎにコミュニケーションの視点からいえば非 CMC メディアを通じた双方向／パーソナルなコミュニケーションは困難である。これは非 CMC メディアとして想定している CATV やコミュニティ FM が地域メディアといえど、基本的に一方向なメディア、つまりローカルなマス・メディアとして機能していると考えられるからである。もちろん既存のマス・メディアと比較して、より双方向なコミュニケーションを実現しようとする努力は継続されているので、そういった意味で評価すべき点があるだろう。しかし後述するように CMC メディアとの比較においては一方向なメディアであるといわざるをえない。

CMC メディアはメディアの特性として双方向のコミュニケーションを可能とする。さらに CMC メディアを通じたコミュニケーションは双方向であることを前提としてパーソナルおよびパブリックなコミュニケーションを実現する。ただし非 CMC メディアにおいてコミュニティを越えたコミュニケーションが困難である一方、CMC

メディアはコミュニティを越えたコミュニケーションを可能とすることを忘れずに指摘しておきたい。

### 3.3 「コミュニティ」のレイヤー

非 CMC メディアにとって「コミュニティ」のレイヤーでは、地域メディアとして採用される非 CMC メディアがカバレッジする特定の地理的な範囲を地域コミュニティとして捉えることができる。この地域コミュニティに対して非 CMC メディアはコミュニティの維持・発展に寄与するものと期待されている。それは実際には地域性を基盤とした共同性の形成・維持として捉えることができる。つまり地域コミュニティにおける地域コミュニケーションおよびそれを通じた地域情報の形成という形で具現化されていく。

一方の CMC メディアにとって「コミュニティ」のレイヤーでは、CMC メディアがカバレッジする範囲を CMC メディアを通じたコミュニケーションにより構築される仮想的なコミュニティとして捉えることができる。この仮想的なコミュニティが不定形な範囲をもつことは先述したとおりである<sup>5)</sup>。

ここでさらにコミュニティの成立に必要な条件について考えたい。コミュニティが成立する条件について R.M. マツキーバー (MacIver 1924=1975) を初め多くの研究者により議論されてきているが、必要条件として「地域性」と「共同性」を挙げておくことが妥当だともわれる。

しかし現在までの CMC 研究の成果は、CMC メディアにより構築される仮想的なコミュニティが必ずしも地域性を必要とせず、共同性のみを必要条件とするものであることを明らかにしてきた。ではなぜ仮想的なコミュニティは共同性のみにて成立しえるのか。それはこれまでコミュニティの構成員同士のコミュニケーションが(共通の目標・関心を核として)交わされるためには、その「場」として一定の地理的な範囲が必要であったが、しかし CMC メディアによりその「場」が不必要になったことが挙げられる。

このことについてG. ガンパートは「現代のメディアが『同じ場所での共存』というコミュニティ成立のための必要条件を、取り除いてしまった」(Gumpert 1987=1990: 248)と述べている。つまり「同じ場所での共存」とはコミュニケーションを交わすために必要な「場」の共有として捉えられ、それは一定の地理的な範囲なのである。ガンパートは主に電話メディアにもとづいてこのような状況の出現を捉えていたが、彼自身同様なメディアの例としてパソコン通信を挙げている。したがってパソコン通信のみならずインターネットを含むCMCメディアにより「同じ場所での共存」は、コミュニケーションを交わすために必要とされなくなっていることが分かるだろう。

ここで一度「コミュニティ」のレイヤーについてまとめておく。地域メディアとして採用されるのが非CMCメディア/CMCメディアのいずれであっても「コミュニティ」をカバレッジしようとすることに変わりはない。しかし前者がカバレッジしようとするコミュニティは地域性と共同性に支えられた「地域コミュニティ」である一方、後者の場合、共同性のみでも成立し、かつ電子ネットワーク上に存在する「仮想的なコミュニティ」なのである。本来ならば必要とされる条件が1つ(=地域性)減っていることになる。この差異が次節で述べる〈コミュニティの二重性〉を考える鍵となるだろう。

### 3.4 〈コミュニティの二重性〉と地域メディア

ここで今一度地域メディアの機能と目的について思い起こしたい。竹内(1989)によると地域メディアの機能は、(a)地域情報の提供および(b)地域コミュニティが社会的単位として存続・発展することへの寄与となる。これらの機能をもとに目的について考えるなら、地域コミュニティの構成員をコミュニケーションの主体と捉え、主体による地域情報にもとづくコミュニケーションまたは地域情報を形成するためのコミュニケーションということになる。それは「地域コミュニケーション」を通じた地域アイデンティティの形成・維持とい

うことにつながってゆく。

いま述べた地域メディアの機能と目的にもとづき非CMCメディアとCMCメディアを比べるならば以下のようになるだろう。非CMCメディアの場合、カバレッジする範囲が地域コミュニティという既存のコミュニティであるため、地域メディアのもつ機能を十分に発揮し、その目的を達成する可能性がある。CMCメディアの場合、カバレッジする範囲が仮想的なコミュニティであり、それは地域性がなくとも成立する「地図にないコミュニティ」(Gumpert 1987=1990: 248)である。CMCメディアが地域メディアとしての潜在的能力をもつとしても仮想的なコミュニティにおいてコミュニケーションが交わされ、コミュニティへのアイデンティティが形成されるのでは、本来求められている(地域メディアとしての)機能および目的と齟齬をきたすおそれがある。問題はあくまで「地図にあるコミュニティ」である地域コミュニティに対して地域メディアがどのように機能するかなのである。

この問題に対処するために〈コミュニティの二重性〉という考えを提示したい。詳細は2章にて述べてあるので詳しくは述べないが、地域メディアとしてCMCメディアを採用した結果、地域コミュニティを下層としてその上層に仮想的なコミュニティが配置されることを示している。このため(CMCメディアにより構築される)仮想的なコミュニティに参加する主体がたとえ下層に位置する地域コミュニティの構成員であったとしても、地域アイデンティティの形成・維持に必要な地域コミュニケーションが生起せず、仮想的なコミュニティにおけるコミュニケーションのみが「盛り上がり」しまうおそれがある。

つまり二重に層を成している地域コミュニティと仮想的なコミュニティ同士が乖離せずに密接な関係をもつ必要がある。ここで鍵となるのが「地域性」である。そもそも仮想的なコミュニティがそれまでコミュニティ成立の必要条件とされていた地域性を必要とせず共同性のみでも成立可能であることは、CMC研究において明らかにされて



きている。しかし、ここであえて地域性を持ち出すことで地域コミュニティと仮想的なコミュニティの乖離を防いだ形での二重構造を実現させられるのでないか。

次章では仮想的なコミュニティにおける地域性について、CMC研究の成果をふまえて論じてゆきたい。

## 4 仮想的なコミュニティにおける地域性

### 4.1 仮想的なコミュニティの必要条件とは何か

まずCMCメディアにより構築される仮想的なコミュニティにとって地域性が必要条件で「ない」ことを再度確認しておきたい。古川良治は、G.A.ヒラリー（Hillery 1955）が行ったコミュニティ概念の定義に関する研究にもとづき、コミュニティ概念には「①一定の地理的範囲をとまなうこと、②構成員相互の交流があること、③共通の目標・関心事等の絆が存在すること」（古川1993：107-8）が共通する要素としてみられるとしている。しかし古川（1993）によれば、CMCメディアにより構築される仮想的なコミュニティには②および③の要素は存在しても①の「一定の地理的範囲をとまなうこと」という要素は存在しないとしている。つまり地域性が必要条件として必然のものではないと理解できるだろう。古川はその理由として「『一定の地理的範囲をとまなう』ということが、現在ほどさまざまなメディアが存在しなかった時期にこの二つの規定を満たすために求められた要因であった」（古川1993：109）と述べている。

これはコミュニティにおける構成員同士による、共通の目標・関心にもとづいたコミュニケーションを生起する「場」として一定の地理的範囲が必要であり、それが結果として地域性という形で現れたと捉えることができるだろう。つまりもともとコミュニティとは「地域コミュニティ」であったと捉えてみるのは行き過ぎであろうか。

つぎに仮想的なコミュニティにおいても共同性

が必要条件で「ある」こと確認しておきたい。阿部潔（1999）によるとCMCメディアにより構築される仮想的なコミュニティを「情報コミュニティ」と捉え、共同性こそが情報コミュニティにおける構成員同士の関係性をもたらす基礎であると述べている。また情報コミュニティにおける共同性が地域コミュニティと異なり、構成員同士で空間と時間を共有することがないために共同性を担保するものがなく、構成員同士の積極的なコミュニケーションによってのみ共同性が成立すると述べている。

ここで挙げた古川と阿部の論文をふまえるなら仮想的なコミュニティにとって地域性が不必要ことが分かるだろう。このため前章で述べたように、地域メディアとして採用されたCMCメディアにより構築される仮想的なコミュニティと地域コミュニティが乖離するおそれがある。この乖離を防ぐためには仮想的なコミュニティにおいて地域性という要素を再び導入することが必要となってくる。

### 4.2 地域性の再導入

ここでもう一度阿部の論文を参照したい。阿部はこれまでの地域コミュニティにおいて「同じ地域に暮らしていること（空間の共有）と、同じ時を過ごしていること（時間の共有）によって、諸個人にとっての『共同性』はある意味で『所与のもの』であった」（阿部1999：136）と述べている。さらに情報コミュニティにおける共同性が「これまでの『空間の共有』と『時間の共有』によって担保される『所与の共同性』とは対照的に、コミュニティ・メンバー各人の積極的な参画によってのみ」（阿部1999：137）成立するものであると述べている。

このように仮想的なコミュニティでは、共同性が構成員同士の積極的なコミュニケーションの継続により構築されるのなら、地域性もまた構成員同士のコミュニケーションにより構築できるのではないか。つまりコミュニケーションが生起する「場」を、地域性という形で一定の範囲をもった

ものとして構築するのである。すると共同性を持ち、かつコミュニケーションが生起する一定の領域を地域性としてもつ仮想的なコミュニティは地域コミュニティそのものではないかという疑問が出されるかもしれない。しかしながらそれは違う。あくまでこの仮想的なコミュニティは地域コミュニティの上層に配置されるものなのである。

ではここで提示されている「地域性」とは具体的にどのようなものか。その説明については次節にて行うこととし、ここでは地域性を再導入することの意義についてさきに論じておきたい。

仮想的なコミュニティが地域コミュニティと大きく異なる点は何か。それは仮想的なコミュニティではコミュニケーションが生起する「場」とらわれないためコミュニケーションの主体、つまりコミュニティの構成員に多様性をもたせられることである。仮想的なコミュニティでは、構成員たちに共通の目標や関心がトピックスとしてコミュニケーションのコンテキストに反映されている。これはCMC研究において論じられている「情報縁」に相当するであろう。仮想的なコミュニティの構成員としてコミュニケーションを交わすことはこの情報縁にもとづく関係性を構築することには他ならない。

CMCメディアを地域メディアとして採用することの意義は、この多様性をもった仮想的なコミュニティの構成員をもとに地域コミュニティを再構成することにある。地域メディアの本来の機能と目的は地域情報の流通とそれにもとづく地域コミュニケーションの生起であり、それが地域コミュニティの活性化につながるのである。ならば地理的な領域を越えたコミュニケーションが多様性をもった地域情報を形成し、それが地域コミュニティにおいて流通するための「場」として仮想的なコミュニティが機能しうるのである。つまり地域メディアとしてのCMCメディアがもたらす〈コミュニティの二重性〉とは多様な地域情報を仮想的なコミュニティにおいて形成し、それを実際の地域コミュニティにフィードバックさせるための仕組みなのである。

#### 4.3 仮想的なコミュニティにおける地域性とは何か

では具体的に仮想的なコミュニティにおける地域性とは何かを考えたい。前節にてコミュニケーションが生起する「場」を一定の領域をもったものとして構築することが仮想的なコミュニティにおける地域性であると捉えた。ならばコミュニケーションがその「場」において生起する/しないという基準により領域の内外を判断できるだろう。

仮想的なコミュニティにおいて構成員同士のコミュニケーションは、共通の目標や関心をトピックスとして交わされる。ならばそのトピックスを地域コミュニティに関連した内容に限定しつつコミュニケーションを継続することにより地域性を構築可能ではないか。もともと地域メディアにおける地域性とは、コミュニケーションが生起する「場」を一定の地理的な領域に限定するための要素である。仮想的なコミュニティにおいてコミュニケーションのトピックスを対象となる地域コミュニティに関連したものに限定することで同じ機能を果たそうとするのである。

このようにCMCメディアにおいて地域性を再導入することで仮想的なコミュニティではなく「仮想的な地域コミュニティ」を構築することが可能となる。この仮想的な地域コミュニティはその下層に実在の地域コミュニティを配置し、前節で述べたように多様性をもった地域情報を形成しつつ地域コミュニティへ循環させてゆくのである。

それでは次章において、本稿のまとめとするため、CMCメディアを地域メディアとして採用した場合に生起する〈コミュニティの二重性〉をあくまで仮想的な地域コミュニティと実在する地域コミュニティの二層構造に再配置するためにどのような要素が必要なのか——それはコミュニティの構成員同士のコミュニケーションをコントロールする地域性として現れるのだが——それを仮説として提示し、その仮説を検証するためにどのよ

うな研究法が必要とされるのかを論じることにする。

## 5 まとめ

### 5.1 仮説の提示

ここまでの議論をふまえてうえで地域メディアとしてのインターネットと地域コミュニティの関係について仮説を提示する。それは2つの視点が盛り込まれており、具体的には以下ようになる。

まず1つめの視点であるが、インターネットを地域メディアとして採用した場合、インターネットにより構築される仮想的なコミュニティが地域コミュニティの上層に位置するという〈コミュニティの二重性〉が生起する。つまり地域情報化事業の中でインターネットが地域メディアとして位置づけられているにもかかわらず、本来の（地域メディアがカバレッジする範囲である）地域コミュニティとは別に仮想的なコミュニティが構築されるわけである。この視点を初めに検証すべきである。

つぎに2つめの視点であるが、地域メディアとしてのインターネットが〈コミュニティの二重性〉を生起させたとして、（その前提に立ったうえで）その両者が乖離せず、かつ仮想的なコミュニティにおけるコミュニケーションが地域情報として実在の地域コミュニティへフィードバックされる必要がある、その鍵となるのが地域性である。ここでいう地域性について具体的には4.3にて述べたので繰り返さないが、その地域性の内実がどのようなものであり、本当に地域性があればコミュニティの乖離を防ぐことができるのか、この視点をつぎに検証すべきであろう。

### 5.2 今後の研究課題

今後の研究課題について述べておきたい。本稿で挙げた仮説を検証するためには先行研究をふまえた理論研究も必要であるが、実際のフィールドを対象とした実証研究が必要であろう。これは理論研究の成果もとに実証研究を行い、その研究成

果を理論研究にフィードバックできることが望ましいとおもわれる。

ここであげた実証研究は特定の地域コミュニティを対象としたフィールドワークという形での質的調査が望ましい。それは地域情報化論や地域メディア論の先行研究において少なからず質的調査を行ったものがあり<sup>6)</sup>、またCMC研究においても質的調査を行ったものが多くある<sup>7)</sup>。このことから考慮すると本稿で提示した仮説の検証に対しても質的調査を行うのが適切だとおもわれる。

具体的には対象となる地域コミュニティにおける地域情報化事業の参与観察、当事者たちへのインタビュー調査、地域メディアとしてのインターネットにより構築された仮想的なコミュニティにおけるコミュニケーションの内容分析、などが考えられる。筆者はこれまで富山県婦負郡山田村（現富山市山田地区）を対象として本稿で提示した仮説を検証するため、研究を行ってきた。今後は旧山田村をフィールドとした研究を継続する一方で他の地域コミュニティも対象として研究をすすめたい。その成果は適宜論文としてまとめる予定である。

## [注]

- 1) 地域情報化論や地域メディア論において研究対象となる「地域」が、首都圏や中京ないし関西圏の大都市ではなく地方の小規模な自治体を指すことがアプリオリに指定されているのではないかと。それは既存の研究成果の多くが地方の自治体を研究対象としていることからもうかがえる。ただし、このことについて本稿では議論の対象ではないので別稿にて論じる機会を持ちたい。
- 2) 大分県を中心として展開していた「COARA」のようなパソコン通信サービスを事例とした研究もあるが、これを地域情報化論や地域メディア論の枠組で捉えるのかCMC研究の枠組で捉えるのか、それについて断定することは容易ではないだろう。例えば「COARA」を事例とした研究成果として、成田(1992, 1993)があるが、これはパソコン通信におけるコミュニケーション満足について議論しておりCMC研究として捉えることができる。しかしパソコン通信に

における「地域性」に言及している加藤（1992）や、同様にパソコン通信に「ローカル性」を見いだそうとする吉田（2000）といった研究成果もある。その意味では断定することが難しいだろう。

- 3) 寺岡は地方自治体や地域情報を発信している民間のwebサイトを「地域性を意識したインターネットの発信と利用」（寺岡 2003: 90）と捉え「地域インターネット」と呼んでいる。
- 4) 野崎の論文とは異なり寺岡の論文においては、インターネットによるコミュニティの構築について直接言及されているわけではない。しかし寺岡が言及している「新しい次元のコミュニケーションの世界」（寺岡 2003: 90）をこのようなコミュニティに準ずるものとして捉えることは十分可能だともわれる。
- 5) CMC メディアにより構築される共同体を「コミュニティ」として捉えようとするのは数多くの先行研究に共通した視点であるが、具体的にそれらのコミュニティをどう呼称するかについて統一した見解はない。実際には「情報コミュニティ」「メディア・コミュニティ」「ヴァーチャル・コミュニティ」というように複数の呼称が研究者により使い分けられているのが現状である。本稿ではCMCメディアが構築する「コミュニティ」が電子ネットワーク上に存在することから、単純に「仮想的なコミュニティ」と呼ぶことにしたい。
- 6) 本稿で言及した野崎や寺岡の論文は質的調査を行った事例であるといえる。
- 7) 本稿で言及した成田や加藤の論文は質的調査を行った事例であるし、吉田の著作においても質的調査をもとに議論を行っている箇所がある。

野崎賢也, 1996, 「農山村におけるコミュニケーションとインターネット——〈地域社会〉と〈仮想社会〉」『京都社会学年報』4: 147-61.

Hillery, G.H.Jr., 1955, "Definitions of Community: Areas of Agreement," *Rural Sociology*, 20: 111-23.

船津衛, 1999, 「地域情報の社会心理」船津衛編『地域情報と社会心理』北樹出版, 11-29.

MacIver, R.M., [1917] 1924, *COMMUNITY: A Sociological Study*, 3rd ed., London: Macmillan and Co. (=1975, 中久郎・松本通晴監訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房.)

古川良治, 1993, 「電子コミュニティの〈虚〉と〈実〉」池田謙一・川上善郎・川浦康至・古川良治『電子ネットワークの社会心理——コンピュータ・コミュニケーションへのパスポート』誠信書房, 106-37.

吉田純, 2000, 『インターネット空間の社会学——情報ネットワーク社会と公共圏』世界思想社.

(函館校 講師)

## [文献]

阿部潔, 1999, 「情報コミュニティの可能性」船津衛編『地域情報と社会心理』北樹出版, 119-41.

加藤晴明, 1992, 「パソコン通信をめぐる検証課題」『中京大学社会学部紀要』7(2): 151-77.

Gumpert, Gary, 1987, *Talking Tombstones and Other Tales of the Media Age*, Oxford: Oxford University Press. (=1990, 石丸正訳『メディアの時代』新潮社.)

竹内郁郎, 1989, 「地域メディアの社会理論」竹内郁郎・田村紀雄編『【新版】地域メディア』日本評論社, 3-16.

寺岡伸悟, 2003, 『地域表象過程と人間——地域社会の現在と新しい視座』行路社.

成田康昭, 1992, 「メディア経験とコミュニケーション——パソコン通信ネットにおけるコミュニケーション満足 (I)」『中京大学社会学部紀要』7(2): 179-228.

成田康昭, 1993, 「メディア経験とコミュニケーション——パソコン通信ネットにおけるコミュニケーション満足 (II)」『中京大学社会学部紀要』8(1): 89-149.

